

ПЛАТФОРМА 3. СТАЛІЙ РОЗВИТОК
ПІДПРИЄМНИЦТВА: КОРПОРАТИВНА
СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ТА
ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА БІЗНЕСУ

У Всеукраїнська наукова інтернет-конференція
«Освітньо-інноваційна інтерактивна платформа
«Студентські підприємницькі ініціативи»»

Синиця В.А., Щербак В.Г., д.е.н., професор

**Київський національний університет технологій та дизайну
ВИКОРИСТАННЯ МУЗИЧНИХ КОНКУРСІВ ЯК ФОРМИ
СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА**

Анотація. У статті розглянуто основні тенденції і перспективи розвитку пісенного конкурсу Євробачення та вокальних талант-шоу «Х-Фактор», «Голос країни» в медіа-просторі України; розкрито їх специфіку та функціонування, визначено позитивні та негативні сторони, показано їх роль в європеїзації та євроінтеграції української культури. Проведений аналіз соціальних і культурних змін, реакції споживачів на трансформації в музичній індустрії дозволив знайти ключ до розуміння ситуації. Розглянуто музичну індустрію не тільки як соціокультурний феномен, але як і значущий соціальний інструмент, який використовується при описі нових життєвих форм, що виникають в результаті множинних структурних диференціацій сучасного соціального світу.

Ключові слова: музичні конкурси; соціальний розвиток суспільства; Євробачення; талант-шоу «Х-Фактор», «Голос країни»; медіа-простір.

Sinitsya V., Shcherbak V.

**Kyiv National University of Technologies and Design
USE OF MUSIC COMPETITIONS AS A FORM OF SOCIAL
DEVELOPMENT OF SOCIETY**

Abstract. The article considers the main trends and prospects for the development of the Eurovision Song Contest and vocal talent shows "X-Factor", "Voice of the Country" in the media space of Ukraine; to reveal their specifics and functioning, to identify the positive and negative sides, to show their role in the Europeanization and European integration of Ukrainian culture. The analysis of social and cultural changes, consumer reactions to transformations in the music industry allowed to find the key to understanding the situation. The music industry is considered not only as a socio-cultural phenomenon, but also as a significant social tool used to describe new life forms that arise as a result of multiple structural differentiations of the modern social world.

Keywords: music competitions; social development of society; Eurovision; talent show "X-Factor", "Voice of the Country"; media space.

Постановка проблеми. Музичні конкурси представляють собою одну із можливостей соціального розвитку суспільства, який тісно переплітається з економічним, національним, культурним.

Культурний розвиток підвищує якість життя, концентрує соціальний досвід багатьох поколінь, накопичує знання про світ. Об'єднуючи людей, організовуючи культурні заходи, такі як музичні конкурси чи фестивалі, здійснюється фактор соціальної солідарності і згуртованості, які сприяють соціальній інтеграції та зміцнення гордості за свою країну. І, звичайно, музичні конкурси здійснюють значний вплив на економіку та туризм. Адже чим більше рейтингових конкурсів організовує країна, тим більше людей заохочують їх відвідати.

На міжнародному рівні – музичні конкурси мають більш глибоке значення, адже несуть мету об'єднання. Наприклад, конкурси сімейства «Євробачення» хоча і створювалися виключно для країн Європейського континенту, але із зростанням кількості членів Європейської Мовної Спілки (EBU), відкрилися двері на зустріч країнам з інших материків. Так з 2015 року до конкурсу приєдналася Австралія. А з 2018 року заснували «AfriMusic Song Contest» (для країн африканського континенту). І вже зараз в розробці «Eurovision Asia» та «American song contest» (який вже запускається в

2021 році). І при вдалому запуску, EBU не заперечує той факт, що країни з цих континентів матимуть право приєднатися до основного конкурсу. І цілком можливо, що в недалекому майбутньому ми матимемо найрейтинговіше шоу континентального рівня «Світобачення».

Музичні конкурси стали частиною життя молодих, талановитих та перспективних артистів. По-перше, це можливість зробити значний прорив у своєму творчому розвитку протягом певного періоду. Адже підготовка до змагань - це дуже напружений час, це час надзвичайної концентрації енергії, яку людина віддає для досягнення максимальних результатів. По-друге, на змаганнях людина отримує великий досвід. Це стосується його виступу на новій сцені, перед абсолютно незнайомою аудиторією, і прослуховування виступів суперників. Під час конкурсу люди слухають величезну кількість музики. Вдома ви ніколи не знайдете стільки часу на години занурення в музичний простір записів творів. Якщо говорити про прослуховування учасників конкурсу, вони дуже корисні та необхідні для аналізу своїх навичок, порівняння їх зі своїми можливостями та досягненнями на даний момент, збагачення новими ідеями та інтерпретаціями, що демонструє кожен учасник на сцені. На конкурсі ви можете сформулювати свою професійну думку та оцінити кожного музиканта-учасника з різних точок зору: музичності, технічної кмітливості, індивідуальності, почуття стилю тощо.

Аналіз останніх публікацій та невирішена частина проблеми. У процесі вивчення музичних конкурсів та шоу як форми соціального розвитку суспільства, не можна оминути загальні дослідження пов'язані з: тенденціями розвитку вокальних фестивалів та конкурсів в сучасній Україні (Н. Овсяннікова [1]), де описано покращення організації та проведення даних заходів, розширенню їхніх кордонів, виходу на міжнародний рівень. Пісенні конкурси та вокальні талант-шоу, як фактор європеїзації та євроінтеграції української культури досліджував у своїх працях М. Дружинець [2]. Аналіз шоу-технологій проаналізовано К. Акопян [3]. Сучасний стан загальної шоуізації суспільства визначали у своїх працях Н. Дубовик [4], А. Скрипка [5].

Проведене дослідження інформаційних джерел показав, що музичні конкурси та шоу, як форми соціального розвитку суспільства ще не стали предметом наукових розвідок. Невирішеною частиною проблеми є те, що роботи авторів по даній темі несуть переважно оглядовий характер, а не досліджують вплив музичних конкурсів на соціальний розвиток суспільства. Отже метою статті і буде визначення специфіки функціонування музичних конкурсів, як форми соціального розвитку суспільства.

Мета статті. Музичні конкурси та фестивалі вперше розглядається в рамках детального дослідження соціального і культурного контекстів їх розвитку, функціонування, взаємодії з іншими областями соціокультурного буття людини. Тому метою статті є визначення:

- специфіки функціонування музичних конкурсів, як форми соціального розвитку суспільства;
- виявлення інтересу учасників музикального процесу;
- систематизація і хронологічна відбудовування ретроспективи фактів, подій і змін, що вплинули на розвиток музичних конкурсів.

Виклад основного матеріалу. Музичне виховання посідає вагомe місце в розвитку не тільки людини, а і суспільства в цілому. Адже музика – найдоступніший вид мистецтва. Слухаючи музику, ми формуємо нашу художню культуру, отримуємо навички оцінювати дійсність, спонукаємо естетичному вихованню та збагачуємо світогляд.

На сьогоднішній день існує велика кількість музичних конкурсів, до яких щороку готуються тисячі музикантів. В той же час, відношення суспільства до них досить суперечливе. І це цілком зрозуміло, адже більшість вважає, що музичні конкурси не варті уваги. Проте, музичні конкурси відіграють велику роль у виявленні молодих талантів та закріплення популярності досвідчених артистів. І не варто забувати, що майже всі відомі виконавці – випускники того чи іншого музичного конкурсу чи талант-шоу.

Наприклад, на місцевому рівні, такі вокальні шоу як «х-фактор», «Голос Країни» «Фабрика зірок», подарували країні велику кількість талановитих співаків, що отримали заслужену популярність.

Шоу «Фабрика зірок» на Новому каналі дала шанс народитися таким артистам як: Даша Астаф'єва, Регіна Тодоренко, Світлана Тарабарова, Макс Барських та ін. [6].

Шоу «х-фактор» на телеканалі СТБ може пишатися такими відомими випускниками як: Монатік, Jerry Heil, Аліна Паш, гурт Без Обмежень, гурт KAZKA, Melovin (якому вдалося сформувати найбільшу в Україні фан-базу прихильників) та ін. [7].

Але найрейтинговішим вокальним шоу в Україні, стабільно залишається «Голос країни», який у слоті показу займає частку 19,9% з аудиторією 18–54 (загальне охоплення 6,5 мільйонів глядачів). І це не дивно, адже з кожним сезоном, «Голос країни» дає шанс новим співакам стати помітними, а для давно забутих артистів повернутися на велику сцену. Завдяки «Голосу країни», лави шоу-бізнесу поповнилися такими відомими співаками, як: Арсен Мірзоян, Марія Яремчук, Тоня Матвієнко, Alekseev, Maruv (яка також брала участь в «Х-факторі») та ін. [8].

Проте не всім вдається отримати визнання одразу. І багато співаків відправляються з одного шоу на інше, потрапляючи в своєрідне «конкурсне коло». Традиційно, з сезону в сезон, на різних талант-шоу чи фестивалях (Наприклад Слов'янський базар) ми можемо зустріти добре знайомі обличчя. Але останнім щаблем такого конкурсного життя, є пісенний конкурс «Євробачення» [9].

Конкурси від «EBU» (European Broadcasting Union), а саме пісенний конкурс «Євробачення» – це найпопулярніший конкурс світового рівня із більш ніж шістдесятирічною історією. Традиційно, починаючи із 1956 року, країни-члени Європейської мовної спілки відправляють пісню на змагання, щоб визначити, яка з них об'єднуватиме Європу весь наступний рік. Адже, саме з метою об'єднання країн, після Другої Світової Війни і був заснований цей конкурс. Єднання супроводжує конкурс не лише піснями, а логотипом, гаслом (яке традиційно несе посил інклюзивності кожної країни, але об'єднаних в даний момент однією метою) і, звичайно, фанами.

Аудиторія «Євробачення» – це приблизно 25000 фанатів конкурсу в самій арені проведення та 200 мільйонів глядачів трансляції з усіх континентів. Адже за цим дійством спостерігають не лише європейці. Права на трансляцію є/були в Китаю, США, Канади, Казахстану, Палестини, Нової Зеландії, Японії, Марокко, Єгипту, Катару, Тунісу, Киргизії, В'єтнаму, Індії, Південної Кореї та країн Південної Африки. Право взяти участь в конкурсі мають Активні Члени (на відміну від Асоційованих Членів) Європейської Мовної Спілки. Активними Членами є держави, що знаходяться в Європейській Телерадіомовній Зоні, або ті що є членами Ради Європи. Право брати участь у конкурсі не визначається географічним розташуванням на європейському континенті, незважаючи на корінь «Євро» в слові «Євробачення», також таке право не має нічого спільного із Європейським Союзом. Наприклад, у 1980 році участь у конкурсі брала північно-африканська країна Марокко, а з 2015 року бере участь

океанська Австралія. Історія розвитку музичного шоу «Євробачення» наведена на рис. 1.

Конкурси сімейства «Євробачення» хоча і створювалися виключно для країн Європейського континенту, але із зростанням кількості членів Європейської Мовної Співки (EBU), відкрилися двері на зустріч країнам з інших материків. Так з 2015 року до конкурсу приєдналася Австралія. А з 2018 року заснували «AfriMusic Song Contest» (для країн африканського континенту). В даний час, конкурс проводиться на цифрових платформах, однак, на четвертий сезон, організатори ставлять собі за мету створити фестивальні заходи в кожній з країн-учасниць для проведення національних відборів, і організувати фінал у вигляді телевізійного концерту із застосуванням СМС голосування, проведеного в країні-переможниці минулого року. Вже зараз в розробці «Eurovision Asia» та «American song contest» (останній вже запускається в 2021 році). І при вдалому запуску, EBU не заперечує той факт, що країни з цих континентів матимуть право приєднатися до основного конкурсу.

Рік	Країна що дебютує	Рік	Країна що дебютує	Рік	Країна що дебютує
1956	<u>Бельгія</u>	1971	<u>Мальта</u>	2000	<u>Латвія</u>
	<u>Франція</u>	1973	<u>Ізраїль</u>	2003	<u>Україна</u>
	<u>Німеччина</u>	1974	<u>Греція</u>	2004	<u>Албанія</u>
	<u>Італія</u>	1975	<u>Туреччина</u>		<u>Андорра</u>
	<u>Люксембург</u>	1980	<u>Марокко</u>		<u>Білорусь</u>
	<u>Нідерланди</u>	1981	<u>Кіпр</u>		<u>Сербія та Чорногорія</u>
	<u>Швейцарія</u>	1986	<u>Ісландія</u>	2005	<u>Болгарія</u>
1957	<u>Австрія</u>	1992	<u>СФР Югославія</u>	2006	<u>Молдова</u>
	<u>Данія</u>	1993	<u>Боснія і Герцеговина</u>		<u>Вірменія</u>
	<u>Великобританія</u>		<u>Хорватія</u>		<u>Чехія</u>
1958	<u>Швеція</u>		<u>Словенія</u>	2007	<u>Грузія</u>
1959	<u>Монако</u>	1994	<u>Естонія</u>		<u>Чорногорія</u>
1960	<u>Норвегія</u>		<u>Угорщина</u>		<u>Сербія</u>
1961	<u>Фінляндія</u>		<u>Литва</u>	2008	<u>Азербайджан</u>
	<u>Іспанія</u>		<u>Польща</u>		<u>Сан-Марино</u>
	<u>Югославія</u>		<u>Румунія</u>	2015	<u>Австралія</u>
1964	<u>Португалія</u>		<u>Росія</u>		
1965	<u>Ірландія</u>	1998	<u>Словаччина</u>		
			<u>Північна Македонія</u>		

Рис. 1. Історія розвитку музичного шоу «Євробачення»

Країни можуть обрати свою заявку кількома шляхами: відкритим, закритим (внутрішнім) та змішаним відбором. При закритому відборі телерадіокомпанія відбирає представника та пісню без втручання глядачів. Відкритий формат відбору передбачає проведення музичного конкурсу (міні-Євробачення на місцевому рівні). При змішаному відборі виконавець обирається національною телерадіокомпанією країни-учасниці, а пісня шляхом відкритого телеголосування.

Більшість країн надає перевагу відкритому формату відбору. А іноді ці відбори перевершують саме «Євробачення» в деяких країнах. Так пісенний конкурс «Melodifestivalen» традиційно стає найпопулярнішим шоу у Швеції, де беруть участь 32 пісні, розподілені по чотирьох півфіналах (8 пісень відправляються на другий шанс) і фінальне шоу. Шоу проходять при широкій аудиторії в найбільших концертних залах, розташованих по всій країні. Тому період проведення «Melodifestivalen» вважається

подією національного значення. Також варто відмітити естонський «Eesti Laul», норвежський «Melodi Grand Prix», данський «Dansk Melodi Grand Prix», австралійський «Australia Decides» та інші масштабні відбори. І, звичайно, варто згадати про італійський «Festival della canzone italiana di Sanremo», або просто фестиваль «Санremo», який хоч і не являється національним відбором, але дає переможцю право представити Італію на конкурсі «Євробачення». І саме цей фестиваль організатори взяли за основу «Євробачення».

Україна успішно бере участь з 2003 року. І за цей час випробувала на собі всі способи вибору представників. Але найвдалішим є проведення «Національного відбору» у форматі починаючи з 2016 р. і дотепер. Завдяки ньому, до аудіо-бібліотеки «Євробачення» додалися пісні гурту Go_A, Maruv, Melovin, гурту O'Torvald, і звичайно пісня «1944», з якою в 2016 році Джамала принесла Україні другу перемогу (табл. 1).

Таблиця 1

Процес відбору учасників на конкурс «Євробачення»

Процес відбору				
Рік	Відбір	Канал	Учасник	Місце
2003	Закритий відбір	НТУ	Олександр Пономарьов	14
2004	Закритий відбір	НТУ	Руслана	1
2005	Національний фінал з 19 учасниками	НТУ	GreenJolly	19
2006	Національний фінал з 3 учасниками	НТУ	Тіна Кароль	7
2007	Національний фінал з 7 учасниками	НТУ	Верка Сердючка	2
2008	Змішаний відбір. Національний фінал з 5 піснями	НТУ	Ані Лорак	2
2009	Національний фінал з 14 учасниками	НТУ	Світлана Лобода	12
2010	Національний фінал з 20 учасниками	НТУ	Альоша	10
2011	Національний фінал з 31 учасником	НТУ	Міка Ньютон	14
2012	Національний фінал з 21 учасником	НТУ	Гайтана	15
2013	Національний фінал з 20 учасниками	НТУ	Злата Огневич	3
2014	Національний фінал з 20 учасниками	НТУ	Марія Яремчук	6
2016	Національний ВІДБІР з 18 учасниками	НСТУ СТБ	Джамала	1
2017	Національний ВІДБІР з 24 учасниками	НСТУ СТБ	О. Торвальд	24
2018	Національний ВІДБІР з 18 учасниками	НСТУ СТБ	Меловін	17
2019	Національний ВІДБІР з 16 учасниками	НСТУ СТБ	MARUV	відмова
2020	Національний ВІДБІР з 16 учасниками	НСТУ СТБ	Go_A	конкурс скасовано
2021	-	НСТУ СТБ	Go_A	-

Таблиця 2

Динаміка участі у конкурсі «Євробачення»

Країна*	Кваліфікацій (2004–2019)	Участь (2004-2019)	%
Україна	14	14	100,0%
Австралія	5	5	100,0%
Швеція	15	16	93,75%
Росія	14	15	93,33%
Азербайджан	11	12	91,66%
Боснія і Герцеговина	9	10	90,00%
Туреччина	8	9	88,88%
Греція	14	16	87,50%
Румунія	13	15	86,66%
Норвегія	13	16	81,25%
Вірменія	10	13	76,92%
Угорщина	10	13	76,92%
Данія	12	16	75,00%
Сербія	9	12	75,00%
Ізраїль	10	16	62,50%
Молдова	10	16	62,50%
Кіпр	9	15	60,00%
Албанія	9	16	58,33%
Австрія	7	12	58,33%
Грузія	7	12	58,33%
Ісландія	9	16	56,25%
Мальта	9	16	56,25%
Литва	9	16	56,25%
Фінляндія	8	16	50,00%
Ірландія	8	16	50,00%
Хорватія	7	14	50,00%
Естонія	7	16	43,75%
Нідерланди	7	16	43,75%
Польща	6	14	42,85%
Білорусь	6	16	37,50%
Бельгія	6	16	37,50%
Чехія	3	8	37,50%
Латвія	6	16	37,50%
Північна Македонія	6	16	37,50%
Словенія	6	16	37,50%
Португалія	5	14	35,71%
Болгарія	4	12	33,33%
Швейцарія	5	16	31,25%
Сан-Марино	2	10	20,00%
Чорногорія	2	11	18,18%
Андорра	0	6	0%
Словаччина	0	4	0%
Монако	0	3	0%

* Без врахування країн «Великої п'ятірки».

Національний відбір став місцем, де молоді співаки можуть заявити про себе, стати помітним і відкрити двері до великого шоу-бізнесу. І дуже часто ми можемо побачити на Національному відборі співаків із талант-шоу, які згадані раніше. Тому, можна сказати, що всі конкурси тісно пов'язані один з одним.

Україна є однією з найуспішніших країн на конкурсі, маючи показник проходу до фіналу – 100% (разом із Австралією, яка бере участь лише кілька років).

Відсоткову кваліфікацію для кожної країни розраховується за формулою:

$$\text{Квал \%} = \frac{\text{к-ть квал.}}{\text{к-ть участі}} * 100\%.$$

Але не варто забувати, що головним на Євробаченні є пісня (але і постановка відіграє далеко не останню роль). І хоча конкурс позиціонує себе як місце без політики, релігії та різних форм дискримінації, все частіше через свою заявку країни піднімають глобальні проблеми у своїй країні чи суспільстві в цілому. І це правильно. Тоді конкурс перетворюється на своєрідний «культурний саміт» який показує, що не все так радісно в теперішньому світі і привертає увагу соціуму.

Яскравим прикладом є перемога Дани Інтернешинал (Ізраїль 1998) та Кончіти Вурст (Австрія 2014), які своїми заявками прагнули підняти питання рівності ЛГБТ спільноти в суспільстві.

Також варто згадати:

Дует Madame Monsieur, представників Франції на конкурсі «Євробачення» 2018, чия заявка – маніфест на підтримку біженців.

Джамала (Україна 2016) – історія депортації Кримських татар.

Тамара Тодевська (Північна Македонія 2019) – заклик проти насильства над жінкою та рівність жінок в суспільстві.

Ермаль Мета та Фабріціо Моро (Італія 2019) – заявка-антитерористичний протест.

Хові Стар (Ізраїль 2016) – важливість не втратити себе і пам'ятати про свою унікальність.

Genealogy (Вірменія 2015) – Винищення вірменів Османською імперією в 1915 році (шість учасників прибули з різних континентів, але всі мають вірменське походження: їх сім'ї розбрелися по світу після геноциду).

Марія Шерифович (Сербія 2007) – молитва за свободу від ідеологій заходу та незалежність Сербії.

Не рідко країни переходили допустимий рівень і сильно політизували конкурс. І певна річ за це отримували санкції у вигляді дискваліфікації чи штрафів. Наприклад історія, коли Україна не допустила до конкурсу російську співачку в 2017 році, або відмова Вірменії від участі, через те, що конкурс приймав Азербайджан. Дебют Лівану в 2005 році, що так і не відбувся, через Ізраїль, який бере участь (ряд арабських країн також відмовляється дебютувати з тієї ж причини). Дискваліфікація Грузії з Євробачення-2009, що відбувалося в Москві, через назву пісні «We don't wanna put in», що містить підтекст протесту Грузії проти збройного конфлікту з Росією в 2009 році (в 2019 році Ніна Сублатті, представниця Грузії на Євробаченні 2015 зізналася, що її конкурсна пісня «Wargit» теж мала підтекст протесту направлено на політику Росії).

Варто згадати спробу СРСР взяти участь в конкурсі «Євробачення», яка не була вдалою. Схід та Захід були суперниками в усьому. В часи Холодної війни з-поза Залізної завіси Радянський Союз не міг брати участі в Євробаченні. Він не був членом Європейського Мовного Союзу – клубу західних телекомпаній, який організовували це шоу. Відтак він створив конкурс-суперник і назвав його Інтербаченням [10]. Інтербачення створили у серпні 1961 року, лише через тиждень після того, як з'явився більш погрозовий символ Холодної війни - Берлінський мур. Відтак, коли розподіл

Європи став фізичною реальністю, артисти на Сході зібралися на суднобудівних верфях Гданська на соціалістичний пісенний конкурс. Після 1980 року вже не було пісенних конкурсів Інтербачення. Наступного року польська комуністична влада запровадила надзвичайний стан. На вулицях були танки і сутички поліції та протестувальників. У Холодній війні співочих конкурсів Євробачення вийшло переможцем. Це було прелюдією до подій, які потім відбулися. Невдовзі впав Берлінський мур, а комунізм став історією. Більша частина східного блоку стала частиною об'єднаної Європи і частиною Євробачення.

Висновки та пропозиції. Головна місія Євробачення – об'єднати країни. І як ніколи актуально це стало в 2020 році, коли через пандемію коронавірусної інфекції ЕВУ були вимушені скасувати конкурс у форматі змагання, але замість цього провести спеціальне шоу «Eurovision: Europe Shine a Light», кульмінацією якого стало запалення світла та спільне виконання пісні «Love Shine A Light» (з якою в 1997 році перемогла Великобританія)) представниками всіх країн-учасниць (крім Бельгії), з метою об'єднання Європи в тяжкий час. І після скасування, з високою ймовірністю, мільйони єврофанів зрозуміли наскільки вони люблять «Євробачення». Цей конкурс дає зрозуміти суспільству, що означає бути європейцем. Адже на якийсь весняний тиждень, хоча б на трохи, всі ми стаємо толерантними та рівними.

Список використаної літератури

1. Овсяннікова Н. Основні тенденції розвитку вокальних фестивалів-конкурсів у сучасній Україні. *Мистецтвознавчі записки*. 2018. Вип. 33. С. 435–441.
2. Дружинець М. Пісенний конкурс євробачення та вокальні телевізійні талант-шоу як фактор європеїзації та євроінтеграції української культури. *Музикознавство*. 2019. Вип. 35. С. 280–286.
3. Акопян К. З. Шлягеризация, шоуизация, эксгибиционизация в современной культуре. *Горизонты культуры: от массовой до элитарной: Материалы IX ежегодной междунар. конф.* (16–17 нояб. 2007 г.). Санкт-Петербург: Санкт-Петербург. филос. общество, 2008. С. 20–21.
4. Дубовик Н. Шоуизация современной культуры. *МІСТ: Мистецтво, історія, сучасність, теорія*: зб. наук. пр. 2010. № 7. С. 224–233.
5. Скрипка А. О. Шоу-технології як форма соціальної комунікації: автореф. дис... на здобуття наук, ступеня канд. соціол. наук: спец. 22.00.04 – Спеціальні та галузеві соціології. Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. Харків, 2010. 19 с.
6. Фабрика Зірок. URL: <https://cutt.ly/cgOgmt5>.
7. X-Фактор. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/X>.
8. Голос країни. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki>.
9. Пісенний конкурс "Євробачення". URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
10. Пісенний конкурс "Інтербачення". URL: <https://cutt.ly/OgAsIpt>.